

ΠΓΕ / ΠΟΠ
ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΙ ΟΡΟΙ
&
ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης
Επίκουρος Καθηγητής Νομικής Σχολής Αθηνών

ΜΟΡΦΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

- «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΙΑΟΥΡΤΗ» που παράγεται στις ΗΠΑ
- «ΙΣΠΑΝΙΚΗ ΣΑΜΠΑΝΙΑ» ή «ΑΓΓΛΙΚΗ ΤΕΝΤΟΥΡΑ»
- «VOD ΚΑΤΥ», ή «ΜΑΣ ΤΙΚΑ»
- «Η ΣΑΜΠΑΝΙΑ ΤΗΣ ΜΠΥΡΑΣ»
- «ΣΟΡΜΠΕ ΣΑΜΠΑΝΙΑΣ»

ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΟΡΩΝ =

= ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΝΟΜΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

- **Διεθνής Σύμβαση Παρισίων (1883), Άρθρα 10 και 10 δις**
- **TRIPS Agreement (1995), Άρθρο 22(2)(b)**
- **Εθνικές νομοθεσίες**

ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΤΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΠΟΥ ΦΕΡΕΙ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΟΥΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΥΣ ΟΡΟΥΣ

- Μη νόμιμη χρήση κατοχυρωμένης ΠΟΠ / ΠΓΕ
- Κίνδυνος σύγχυση από τη χρήση γεωγραφικού όρου
- Παραπλάνηση από τη χρήση γεωγραφικού όρου
- Εκμετάλλευση της φήμης ΠΟΠ / ΠΓΕ

ΑΓΓΛΙΚΕΣ ΔΙΚΑΣΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

- **British Sherry**
- **Spanish Champagne**
- **Suisse chocolate**
- **Advokaat**
- **Greek Yogurt**
- **Vod Kat**

«ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΙΑΟΥΡΤΗ»

ΦΑΓΕ

κατά

CHOBANI

**(εταιρία Τουρκικών συμφερόντων που πουλούσε στην
Αγγλία «Ελληνική Γιαούρτη» που παρήγε στις ΗΠΑ)**

Αγγλία 2012-2014

ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ

- Ο όρος «Ελληνική Γιαούρτη» δεν είναι καθιερωμένος στην Ελλάδα, όπου γίνεται λόγος για «Γιαούρτη» χωρίς τον προσδιορισμό Ελληνική
- Η Γιαούρτη στην Ελλάδα παρασκευάζεται όχι μόνο από Ελληνικό γάλα αλλά και από εισαγόμενο
- Στην Ελλάδα η «Γιαούρτη» παρασκευάζεται από γάλα όχι μόνο πρόβειο ή κατσικίσιο (παραδοσιακή παρασκευή), αλλά και αγελαδινό
- Η εταιρία ΦΑΓΕ πουλούσε «Ελληνική Γιαούρτη» και στις ΗΠΑ η οποία όμως παραγόταν στις ΗΠΑ και όχι στην Ελλάδα

- Η «Ελληνική Γιαούρτη» είναι γνωστή στο κοινό για παχειά και κρεμώδη υφή της. Όταν προέρχεται από γάλα πρόβειο ή κατσικίσιο υπάρχει εκ του φυσικού της. Όταν προέρχεται από γάλα αγελαδινό γίνεται στράγγιση. Ο παραδοσιακός τρόπος στράγγισης είναι με χρήση υφάσματος. Ο σύγχρονος τρόπος στράγγισης είναι με φυγοκέντρηση και υπερδιήθηση. Η ΦΑΓΕ δεν χρησιμοποιούσε τον παραδοσιακό τρόπο στράγγισης.
- Άλλος τρόπος για να πετύχεις την παχειά και κρεμώδη υφή είναι η προσθήκη παχυντικών. Η «Ελληνική Γιαούρτη» δεν είχε παχυντικά.

- Στην Αγγλική αγορά κυκλοφορούσε «Ελληνική Γιαούρτη» από περισσότερες εταιρίες που ήταν πάντα προϊόν στράγγισης και όχι χρήσης παχυντικών. Επίσης προερχόταν πάντα από την Ελλάδα
- Επίσης, κυκλοφορούσε Γιαούρτη με την ένδειξη «Greek Style Yoghurt» που δεν προερχόταν από την Ελλάδα και συνήθως περιείχε παχυντικά
- Η τιμή της «Ελληνικής Γιαούρτης» ήταν αισθητά υψηλότερη της «Γιαούρτης Ελληνικού Τύπου». Αυτό ήταν ένδειξη ότι το κοινό ήταν διατεθειμένο να πληρώσει ακριβότερα. Άρα, υπήρχε μια «απήχηση».

- Στην Αγγλία υπήρχε από τα μέσα του '80 μια Ανακοίνωση των εμπορικών συλλόγων με τη μορφή άτυπης συμφωνίας ότι η ένδειξη «Ελληνική Γιαούρτη» προερχόταν μόνο από την Ελλάδα, ήταν προϊόν στράγγισης και είχε παχειά και κρεμώδη υφή
- Η εταιρία Chobani εμπορευόταν «Ελληνική Γιαούρτη» στις ΗΠΑ χωρίς πρόβλημα, όπου ανταγωνιζόταν τη ΦΑΓΕ
- Ο όρος «Ελληνική Γιαούρτη» δεν είχε καταχωρηθεί ως προστατευόμενη ένδειξη κατά τη νομοθεσία της ΕΕ

Το νομικό ζήτημα:

- Ο όρος «Ελληνική Γιαούρτη» (Greek Yogurt) ήταν η γενική ονομασία του προϊόντος ; δηλαδή στραγγιστή γιαούρτη με παχειά κρεμώδη υφή ;

ή

- Στη συνείδηση του κοινού ο όρος ήταν συνδεδεμένος και με την γεωγραφική προέλευση του προϊόντος από την Ελλάδα και όχι μόνο με τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά ;

ΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

- Ένδειξη με διακριτική δύναμη, όχι περιγραφική (γεωγραφικές ενδείξεις μπορεί να έχουν διακριτική δύναμη)
- Εμπορική απήχηση στο κοινό. Φήμη που αυξάνει τις πωλήσεις (Goodwill). Ελκτική δύναμη στο κοινό. Πρέπει όμως να υπάρχουν πωλήσεις. Η φήμη μόνη της δεν αρκεί.
- Ανακριβής δήλωση που οδηγεί σε παραπλάνηση
- Βλάβη στην εμπορική απήχηση της ένδειξης

- **Εμπορική απήχηση**

Μπορεί να μην αφορά μόνο στα προϊόντα ενός μεμονωμένου παραγωγού, αλλά στα προϊόντα μιας ευρύτερης κατηγορίας παραγωγών

- **Ανακριβής δήλωση και παραπλάνηση**

Μπορεί να αφορά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων ή την προέλευσή τους από μια γεωγραφική περιοχή

- Είναι κρίσιμη η αντίληψη του κοινού
- Πρέπει να μπορεί να προσδιοριστεί με σαφήνεια η κατηγορία των παραγωγών και ποιοι περιλαμβάνονται σε αυτήν
- Πρέπει να μπορεί να προσδιοριστούν με σαφήνεια κάποια βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος
- Το κοινό δεν χρειάζεται να γνωρίζει με λεπτομέρειες τον ακριβή τρόπο παρασκευής, τα συστατικά, ή την ακριβή προέλευση, ή άλλα τεχνικά θέματα
- Δεν χρειάζεται η ένδειξη να έχει κατοχυρωθεί κατά τη νομοθεσία της ΕΕ με τις τυπικές διατυπώσεις

Τι έκρινε το Αγγλικό Δικαστήριο

- Στην αντίληψη του καταναλωτικού κοινού ο όρος Ελληνική Γιαούρτη δεν δήλωνε μόνο τα ποιοτικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος και δεν ήταν το κοινό όνομα ενός προϊόντος (στραγγιστή γιαούρτη), αλλά ήταν συνδεδεμένος και με την προέλευση του προϊόντος από την Ελλάδα.
- Είναι παραπλανητικό να αποκαλείς «Ελληνική Γιαούρτη» προϊόν που παράγεται στις Η.Π.Α., ακόμα και αν έχει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της «ελληνικής γιαούρτη»

ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΚΥΨΟΥΝ

- Πωλήσεις: Για να ζητηθεί η προστασία του αθέμιτου ανταγωνισμού σε μια αγορά, πρέπει να υπάρχουν κάποιες, έστω μικρές, πωλήσεις στην αγορά αυτή.
- Δεν πρέπει να πρόκειται για τη γενική ονομασία προϊόντος που παράγεται ελεύθερα από περισσότερους παραγωγούς. Πρέπει να είναι ελεγχόμενος, όχι πολύ ευρύς, και γεωγραφικά οριοθετημένος ο αριθμός των παραγωγών (π.χ. VODKA ?)

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΙΚΑΣΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

BADWEISER

ΚΑΤΙΚΙ

ΖΑΓΟΡΙ – ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ

ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ

ΡΟΜΟΠΛΑ

ΖΕΑ

BUDWEISER BURGERBRAU - BUDWEISER BUDVAR

(ΑΠ 330/2007, ΔΕΕ 2007, 913)

- Δεν αφορά ΠΟΠ ή ΠΓΕ, αλλά τη χρήση του γεωγραφικού όρου BUDWEIS (περιοχή της Τσεχίας) σε εμπορικό σήμα**
- Μπορεί ο δικαιούχος του σήματος BUDWEISER BURGERBRAU να απαγορεύει σε τρίτους να χρησιμοποιούν τον γεωγραφικό όρο BUDWEIS ;**

- Στην περιοχή BUWEIS της Τσεχίας περισσότερες επιχειρήσεις παράγουν και εμπορεύονται μύρα από τον 18^ο αιώνα χρησιμοποιώντας τον όρο Budweiser
- Το Δικαστήριο τόνισε την ανάγκη προστασίας του ανταγωνισμού και την ανάγκη να παραμείνει ελεύθερη η χρήση γεωγραφικών όρων για όλους τους παραγωγούς που δραστηριοποιούνται στην ίδια περιοχή
- Όταν ένα σήμα περιέχει γεωγραφικό όρο, το δικαίωμα στο σήμα μπορεί να υποχωρεί και να περιορίζεται για να μην εμποδιστούν οι άλλοι ανταγωνιστές να κάνουν χρήση του γεωγραφικού όρου

ΚΑΤΙΚΙ ΔΟΜΟΚΟΥ

(ΜΠ Λαμίας 1080/2000, ΕπισκΕΔ 2001, 256)

- Η ένδειξη ΚΑΤΙΚΙ ΔΟΜΟΚΟΥ είναι ΠΟΠ
- Η πρώτη εταιρία έχει αποκτήσει σύνθετο εμπορικό σήμα που περιλαμβάνει τον όρο ΚΑΤΙΚΙ
- Η δεύτερη εταιρία παράγει στη Δομοκό και εμπορεύεται ΚΑΤΙΚΙ σύμφωνα με τις προδιαγραφές της ΠΟΠ
- Η πρώτη εταιρία επικαλέστηκε το δικαίωμα στο σήμα και επιχείρησε να απαγορεύσει στη δεύτερη να χρησιμοποιεί τον όρο ΚΑΤΙΚΙ μολονότι και το δικό της προϊόν προερχόταν από τη Δομοκό και είχε τις προδιαγραφές της ΠΟΠ
- Το αίτημα απορρίφθηκε

ΖΑΓΟΡΙ – ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ (ΒΙΚΟΣ)

(ΜΠ Ιωαννίνων 1386/2007, ΧρΙ.Δ. 2007, 753)

- Η μια εταιρία χρησιμοποίησε τον γεωγραφικό όρο ΖΑΓΟΡΙ για δύο δεκαετίες σε μεταλλικό νερό και είχε αποκτήσει διακριτικό γνώρισμα
- Η άλλη εταιρία άρχισε να παράγει μεταλλικό νερό με τη γεωγραφική ένδειξη ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ (ΒΙΚΟΣ) για την οποία είχε λάβει και διοικητική άδεια εκμετάλλευσης
- Το νομικό ζήτημα: αν προκύπτει κίνδυνος συγχύσεως

Τι έκρινε το Δικαστήριο

- Το Δικαστήριο τόνισε την ανάγκη προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού σε σχέση με τη χρήση γεωγραφικών όρων
- Το αν υπήρχε κίνδυνος συγχύσεως εξαρτιόταν και από τα άλλα λεκτικά και εικαστικά στοιχεία των συσκευασιών
- Για κάποιες συσκευασίες κρίθηκε ότι υπήρχε κίνδυνος συγχύσεως και για κάποιες όχι
- Θα μπορούσε να γίνει λόγος και για περιορισμό του προγενέστερου δικαιώματος

ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ (ελαιόλαδο)

(ΕΘ 2331/2007, ΕπισκεΔ 2008, 123)

- Η πρώτη εταιρία εμπορεύεται για δεκαετίες ελαιόλαδο σε συσκευασία με ιδιαίτερα εικαστικά χαρακτηριστικά και χρωματικές αποχρώσεις που περιλαμβάνει και τη γεωγραφική ένδειξη ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ.
- Η δεύτερη εταιρία άρχισε να εμπορεύεται ελαιόλαδο χρησιμοποιώντας και αυτή τον όρο ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ αλλά και παρόμοιες εικαστικές ενδείξεις και χρωματικές αποχρώσεις

- Η από κοινού χρήση του γεωγραφικού όρου ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ δεν δημιουργεί από μόνη της κίνδυνο σύγχυσης στο κοινό
- Ωστόσο, η χρήση παρόμοιων εικαστικών χαρακτηριστικών και χρωματικών αποχρώσεων, μαζί με την ένδειξη ΚΟΛΥΜΠΑΡΙ, θεμελιώνει τέτοιο κίνδυνο συγχύσεως
- Συμπέρασμα: Όσοι χρησιμοποιούν ΠΟΠ ή ΠΓΕ ως κυρίαρχη ένδειξη στη συσκευασία τους πρέπει να μεριμνούν να διαφοροποιούνται επαρκώς τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά της συσκευασίας

ΡΟΜΠΟΛΑ

(ΠΠΑ 8872/2001, ΕΕμπΔ 2002, 173)

- Ο όρος ΡΟΜΠΟΛΑ είναι το κοινό όνομα μιας οινικής ποικιλίας που καλλιεργείται σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Αναγνωρίζεται ως κοινό όνομα οινικής ποικιλίας και από τη νομοθεσία της ΕΕ
- Η Ελληνική νομοθεσία έχει αναγνωρίσει ως ΠΟΠ την ένδειξη «ΡΟΜΠΟΛΑ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ»
- Παραγωγός που καλλιεργούσε την ποικιλία ΡΟΜΠΟΛΑ στην Αταλάντη πωλούσε εμφιαλωμένο οίνο με τις ενδείξεις «Τοπικός Οίνος Οπουντίας Λοκρίδος» και «ΡΟΜΠΟΛΑ».

Το νομική ζήτημα

- Έχει δικαίωμα κάποιος που καλλιεργεί την ποικιλία ΡΟΜΠΟΛΑ σε περιοχή της Ελλάδας άλλη από την Κεφαλλονιά να χρησιμοποιεί τον όρο ΡΟΜΠΟΛΑ τη στιγμή που ο όρος ΡΟΜΠΟΛΑ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ προστατεύεται ως ΠΟΠ ;
- Υπάρχει παραπλάνηση του κοινού ;

Τι έκρινε το Δικαστήριο

- Η χρήση του όρου ΡΟΜΠΟΛΑ σε κρασί ήταν παράνομη και αντίθετη στη νομοθεσία για τις ΠΟΠ
- Το ότι το κρασί προερχόταν πράγματι από την οινική ποικιλία ΡΟΜΠΟΛΑ δεν δικαιολογούσε τη χρήση του όρου αυτού, αφού είχε κατοχυρωθεί ως ΠΟΠ

Η απόφαση είναι λάθος

- Δεν θα έπρεπε να είχε κατοχυρωθεί ως ΠΟΠ ένδειξη που αποτελεί το κοινό όνομα οινικής ποικιλίας
- Η χρήση του όρου ΡΟΜΠΟΛΑ από παραγωγό εκτός Κεφαλλονιάς δεν είναι παραπλανητική και δεν προκαλεί σύγχυση, γιατί δεν λέει κάτι αναληθές ή ανακριβές
- Δεν πρέπει να περιορίζεται ο ελεύθερος ανταγωνισμός

ΖΕΑ (EMMER) σιτάρι

(ΜΠ Λάρισσας 1156/2012)

- Ο όρος ΖΕΑ (Emmer) είναι η κοινή ονομασία μιας συγκεκριμένης ποικιλίας σιταριού που η επιστημονική της ονομασία είναι *triticum dicoccum*
- Μια επιχείρηση χρησιμοποίησε τον όρο ΖΕΑ ως τμήμα σύνθετου διακριτικού γνωρίσματος και σήματος που περιείχε και άλλα λεκτικά και εικαστικά στοιχεία
- Κατόρθωσε να απαγορεύσει δικαστικά σε μια άλλη επιχείρηση να χρησιμοποιεί τον όρο ΖΕΑ σε δικά της παρόμοια προϊόντα

Η απόφαση είναι λάθος

- Ο όρος ΖΕΑ (emmer) ως κοινή ονομασία ποικιλίας σιταριού κατ' αρχήν δεν μπορεί να αποτελέσει διακριτικό γνώρισμα, ακόμα και αν έχει χρησιμοποιηθεί επί μακρό
- Ως κυρίαρχο στοιχείο σύνθετου σήματος δεν έπρεπε να γίνει δεκτό ως περιγραφικό και πάντως είναι διαγραπτό
- Η χρήση του από τρίτον κατά την περιγραφική του έννοια δεν προκαλεί κίνδυνο συγχύσεως, ούτε παραπλάνηση του κοινού ιδίως αν συνοδεύεται από διαφορετικά λεκτικά ή εικαστικά στοιχεία